

MÓDULO: ¿Cómo apporto valor? (M3)

MATERIA: Social Media (M3.3)

Coordinador/a de la materia

- Dr. David Sánchez (Mondragon Unibertsitatea)

PONENTES

- Pablo Jimenez (Otro marketing)
- Dr. Mikel Mesonero (Mondragon Unibertsitatea)

COMPETENCIAS

Esta materia permitirá al alumno obtener las siguientes competencias:

- **M33.C1** Conocer y aplicar las posibilidades de las redes sociales, explorando las oportunidades que pueden ofrecer a las organizaciones.
- **M33.C2** Conocer el rol y las funciones del community manager y aplicar las plataformas y herramientas.
- **M33.C3** Ser capaz de poner en marcha un sistema de vigilancia competitiva basado en herramientas de medios sociales.

El alumno, por tanto, será capaz de:

- Conocer los diferentes medios sociales existentes, así como sus funcionalidades y usos por parte de las organizaciones.
- Comprender la estrategia de presencia en medios sociales definida para una empresa y desarrollarla.
- Conocer los principales indicadores en medios sociales para evaluar el éxito de una estrategia en medios sociales.
- Conocer y definir estrategias de publicidad en los medios sociales.
- Realizar una escucha activa de la red, con el objetivo de cuidar la reputación digital de la empresa y realizar labores de vigilancia.

BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO

En esta materia consta de las siguientes unidades didácticas:

- M33.UD1. Medios Sociales
 - Introducción a los medios sociales
 - Facebook, Twitter y otros medios sociales (Instagram, Youtube, etc.)
 - Community Management
- M33.UD2. Social Media Marketing
 - Facebook Ads y Facebook Insights
 - Twitter Ads y Twitter Analytics
 - LinkedIn Ads
- M33.UD3. Sistema de escucha
 - Herramientas para la escucha activa.

ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Tabla descriptiva para la **calificación de las competencias de la materia**.

	M33.C1	M33.C2	M33.C3
M33.A1	50%		
M33.A2		25%	25%
	50%	25%	50%

- **M33.A1** Diseño una estrategia de social media marketing para un caso práctico.
(Actividad individual)
- **M33.A2** Diseñar un sistema de escucha en las redes sociales para un caso práctico
(Actividad individual)

BIBLIOGRAFÍA
